

Шкурин Д. В.,
г. Екатеринбург

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Количество интернет пользователей в России год от года продолжает увеличиваться. Так, по данным ФОМ суточная аудитория интернет-пользователей (те, кто хотя бы раз пользовался Интернет в течение последних суток) с весны 2003 года по весну 2011 года увеличилась с 3 до 33% от населения России в возрасте старше 18 лет, недельная аудитория за тоже время увеличилась с 6 до 42%, месячная аудитория – с 8 до 46% [1], причем среди молодежи 18-24 года доля пользователей составляет свыше 80% . По данным того же исследования абсолютное число пользователей сети Интернет в России среди взрослой аудитории (18 лет и старше) на момент исследования (весна 2011) составляет от 38,6 миллионов в сутки до 52,9 в месяц, что выводит Россию на 7 место в мире и на 2 место в Европе [2]. Хотя Россия все еще существенно уступает другим европейским странам по охвату аудитории (почти в два раза уступает таким странам как Великобритания, Германия, Япония, США и др.). Ситуация в этой сфере стремительно меняется: так, по данным ВЦИОМ в феврале 2012 пользуется интернет в России уже 55% населения, причем 36% ежедневно[3].

В России ежегодно растет число пользователей социальных сетей. С 2010 по 202 год по данным ВЦИОМ количество пользователей социальных сетей увеличилось с 53 до 82% от общего числа интернет-пользователей. Наиболее популярными социальными сетями являются "Одноклассники"

(73% от числа пользователей интернет-сетей), "В контакте" (62%), "Мой Мир / Блоги@Mail.Ru" (31%) , "Facebook" (18%), "Twitter" (9%) [3].

Несмотря на большое количество пользователей, на данный момент интернет в России не является основным средством массовой информации, существенно уступая телевидению, прессе и радио. Так по данным ФОМ в 2010г. 87% опрошенных узнавали новости по телевидению, 22% из разговоров с друзьями, родственниками знакомыми, 21% из печатной прессы, 19% по радио и только 13% из новостных сайтов в интернете и только 4% из форумов, блогов, социальных сетей. Однако, ситуация в этой сфере тоже стремительно меняется: увеличение количества интернет-пользователей в ближайшее время приведет к качественному изменению положения Интернет, как средству социально-политической коммуникации. Рассмотрим подробнее причины, суть и последствия данных качественных изменений.

Качественное развитие сети интернет в последние годы связывают с концепциями Web 2.0 и Web 3.0. Суть концепции Web 2.0 заключается в замене товара на сервис, причем, что чем больше людей использует сервис, тем автоматически он становится лучше [4]. Благодаря активной безвозмездной работе миллионов пользователей создаются такие энциклопедические ресурсы как Wikipedia, наполняются персональным содержанием социальные сети, за счет роста количества информантов и подписчиков-комментаторов растет объем информации в блогах. Идя навстречу пожеланиям пользователей, сервисы совершенствуют свою платформу, появляются новые технические возможности. Популярность сервисов привлекает сторонних производителей: открытая платформа позволяет им разрабатывать приложения.

Микроблог "Twitter" позволяет быстро отправлять в сеть короткие сообщения, создавая возможности оперативной твиттер-трансляции с места события. Одним из наиболее известных мировых примеров такой трансляции можно назвать освещение соседом Усамы бен Ладена подробностей

операции по его устранению в Twitter. Эффективность Twitter как средства современной социальной коммуникации особенно возрастает с учетом развития мобильного интернета: в любом месте, где есть доступ в сеть, любой очевидец с мобильным устройством может стать репортером.

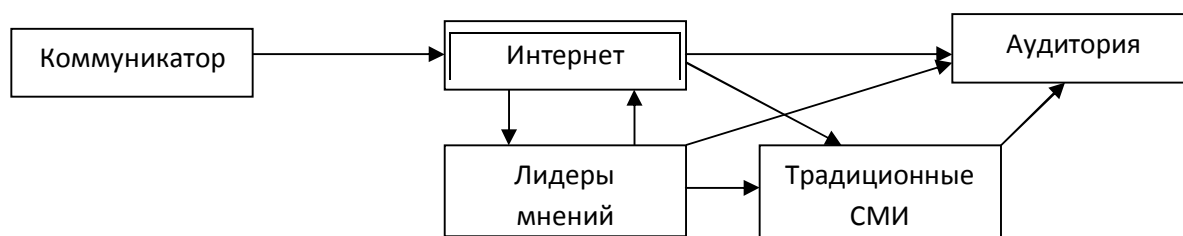
Очевидным недостатком твиттер-трансляции является вербальное субъективное освещение очевидцем происходящих событий. Это отчасти компенсируется возможностью прикрепления к сообщениям мобильных снимков. Однако, наиболее эффективным объективным способом освещения событий становятся мобильные видео-трансляции: современные мобильные устройства позволяют снимать видео и, одновременно, размещать его в интернет на стриминговых ресурсах (Ustream, Vambuser и др.), создавая эффект подобный эффекту прямой телевизионной трансляции. Однако, если для телевизионной трансляции нужна специальная подготовка и выезд съемочной групп на место событий, то мобильную видео-трансляцию может организовать любой очевидец с мобильным видео устройством при условии доступа к сети. Если же доступ к сети в месте события отсутствует, то возможна запись съемки видео или фото изображений с последующим и размещением на более или менее популярных фото и видео сервисах. В итоге, все это: собственные впечатления, фото и видео материалы очевидец может обобщить в виде статьи и разместить ее в своем блоге или социальной сети, где ее смогут прочитать родственники, друзья, знакомые или просто подписчики (у популярных блоггеров). Некоторые из них выскажут комментарии, собственные соображения, ретранслируют информацию в собственных аккаунтах или просто расскажут о событии другим (в том числе не пользователям сети). В итоге формируется общественное мнение, подкрепленное фото и видеоизображениями и свидетельством очевидца, которому доверяет его аудитория. Данное мнение при его определенной общественной значимости может быть прокомментировано, растиражировано популярными блоггерами ("выведено в топ"). При этом, оно теряет эффект доверительной приватности, однако талантливые

блоггеры смогут профессионально подать и распространить информацию (выход на уровень Web 3.0), откуда она уже попадет в том числе и в традиционные СМИ.

Таким образом, с использованием современных интернет-технологий принципиально меняется схема социально-политической коммуникации. Вместо классической линейной схемы коммуникации в индустриальном обществе:

Коммуникатор → СМИ → (Лидеры мнений) → Аудитория

получается постиндустриальная поливариантная схема социальной коммуникации:



Особенностью данной схемы является сложность (при большом количестве пользователей - фактически невозможность) контроля за процессом распространения информации со стороны различных структур, в том числе и органов власти. Так, если в классической индустриальной схеме достаточно было взять под контроль СМИ, то здесь речь идет об огромном числе интернет-пользователей, каждый из которых может выступать в качестве коммуникатора и распространять информацию по большому количеству разнообразных каналов. Единственной эффективной стратегией противодействия распространению нежелательной информации становится встречный поток информации, однако эта информация должна быть более высокого качества и правдива, поскольку с помощью тех же интернет-технологий достаточно легко сопоставить факты и поддержанная лидерами мнений.

"За последнее время произошел некоторый перелом, и пользователи все чаще обращаются в интернет именно за информацией,— заявил "Ъ"

председатель правления Регионального общественного центра интернет-технологий Марк Твердынин.— Те, кто мало-мальски ведет активный образ жизни, проверяют то, что видели, в том числе на экране телевизора, в интернете. Особенно это касается городов"[5].

При этом в России складывается следующая ситуация: в условиях слабой развитости традиционных социальных сетей, социальные сети замещают отсутствующие механизмы социального взаимодействия.

“Само по себе распространение социальных сетей не усиливает протестных настроений, не революционизирует общество,— пояснил "Ъ" гендиректор ВЦИОМа Валерий Федоров.— Здесь другая взаимосвязь: если в конкретном городе или стране такие настроения возникают, облегчается координация участников.” [5].

С этой точки зрения не случаен рост протестных настроений и массовости митингов оппозиции именно в Москве и крупных городах, поскольку там распространение интернет максимально.

Литература

1. «Интернет в России» Методика и основные результаты исследования, выпуск 33, весна 2011, ООО «Институт фонда «Общественное Мнение»»,
<http://bd.fom.ru/pdf/Internet%20v%20Rossii%20vol%2033%20vesna%20011%20short.pdf>
2. TOP 20 COUNTRIES WITH THE HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS, Internet World Stats, <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>
3. «РОССИЯНЕ «В СЕТИ»: РЕЙТИНГ ПОПУЛЯРНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА», еженедельный опрос «Омнибус ВЦИОМ» 13.02.2012 <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112476>
4. Новостные и информационные программы. ФОМ, Опрос «ФОМнибус» 28–29 августа 2010г., 100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 2000 респондентов. <http://bd.fom.ru/pdf/d34niip10.pdf>

5. Что такое Веб 2.0. Тим О'Рейли , статья в журнале "Компьютерра" №37 от 14 октября 2005 года
<http://offline.computerra.ru/2005/609/233483/>,
6. №38 от 19 октября 2005 года
<http://offline.computerra.ru/2005/610/234291/>
7. Социальные сети лидируют на выборах, Максим Иванов, статья в газете «Коммерсант» №25/П (4810) от 13.02.2012.
<http://www.kommersant.ru/doc-y/1872265>

Щепин Е.С.,
г. Екатеринбург

ОСОБЕННОСТИ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОГО СОПЕРНИЧЕСТВА НАТО И РОССИИ НА УКРАИНЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

После смены прозападного «оранжевого» политического режима и вступления в должность нового Президента Украины В. Януковича в феврале 2010 г. у власти на Украине утвердилась новая политическая элита, которая в своих программах провозглашает курс на отход от конфронтации и сближение с Россией, установление с ней взаимовыгодных и дружественных отношений. Большинство российских экспертов и политиков оценивали эти перемены, безусловно, как благоприятные, и связывали их с последствиями мирового финансового и экономического кризиса, началом «перезагрузки» в российско-американских отношениях, проведением Россией более взвешенной и продуманной внешней политики по отношению к странам СНГ в целом и Украине в частности. В этой связи, возлагались большие надежды на успешную реализацию российских геополитических интересов на Украине и эффективное противодействие влиянию в этой стране геополитических противников России в лице США и стран Европы,